

Introducción al guión

Caterina Ramon
Marta Serra

PID_00150917



Universitat Oberta
de Catalunya

www.uoc.edu

Índice

1. Etapa 1. El guión.....	5
1.1. ¿Qué es un guión?	5
1.2. El guión como objeto	5
1.2.1. Desde un punto de vista empresarial	6
1.2.2. Desde el punto de vista literario	6
1.2.3. Para un director y un equipo técnico	6
1.3. El origen del guión	6
1.3.1. Méliès, el pionero	8
1.3.2. Edwin S. Porter y el primer guión cinematográfico	8
1.3.3. D. W. Griffith y el guión técnico	8
1.3.4. El expresionismo alemán	8
1.3.5. El cine sonoro y la incorporación de diálogos	8
1.4. Características de los medios	9
1.4.1. La novela	9
1.4.2. El teatro	9
1.4.3. El cine	9
1.4.4. La radio	10
1.4.5. La televisión	10
1.4.6. El multimedia	11
1.5. La narración audiovisual frente a la narración interactiva	12

1. Etapa 1. El guión

1.1. ¿Qué es un guión?

Un guión es la fase creativa en la que desembocará un producto audiovisual o multimedia. El guión no es un fin en sí mismo, ni una obra que tenga un carácter final, ni ha de publicarse como una novela, sino que está destinado a desaparecer como obra escrita para convertirse en otro tipo de obra. A través del proceso de una producción, el guión acabará convirtiéndose en una película, en un documental o en una aventura gráfica según el fin para el que haya sido creado.

Para el director británico David Lean, el guión es como un negativo (similar a la película en fotografía) que se transforma en positivo en el rodaje.

Para Doc Comparato, el guión es la forma escrita de cualquier proyecto audiovisual, entendiendo por audiovisual, el teatro, el cine, el vídeo, la televisión, etc.

Cita

"Un guión literario sólo son 120 páginas. Es frágil, no está determinado y siempre esta sujeto a las modificaciones que imponga la realización. Es una primera narración de la historia que aguarda a la segunda y definitiva narración del director. Por eso, sería impensable conceder al guión el rasgo de género literario, aunque, paradójicamente, contenga elementos artísticos y evoque lugares comunes. El guión es, por encima de todo, un instrumento de trabajo y debe someterse a una metodología profesional que condiciona la labor del escritor."

Sánchez Escalonilla, Antonio (2001). *Estrategias de guión cinematográfico*. Barcelona: Ariel.

1.2. El guión como objeto

Considerado como un objeto físico, el guión está compuesto por palabras escritas sobre papel que siguen unas reglas de escritura y presentación más o menos estandarizadas (sinopsis, argumento, escaleta, guión literario, *story-board*, etc...). Según cómo sea el género y el producto, existen presentaciones distintas y técnicas diferentes para escribir un guión. También existen normas muy concretas en cuanto a su presentación y realización según el país de origen. Por ejemplo, en Estados Unidos (donde hay una gran industria cinematográfica) las normas de presentación son muy estrictas en cuanto al tamaño del papel, al tipo y medida de letra, al interlineado, etc... En Europa (donde la producción audiovisual no está tan industrializada) confluyen varias tradiciones, y estas normas no son tan necesarias. Los autores tienden a personalizar la presentación de los guiones.

Según el sector profesional que lo valore, el guión es considerado desde diferentes puntos de vista.

1.2.1. Desde un punto de vista empresarial

Un guión es un proyecto para el lanzamiento comercial de un producto, ya sea éste un programa de televisión, una película, o un juego de aventuras. La producción audiovisual y multimedia es una industria en la que se valoran, por encima de los aspectos artísticos (aunque éstos sean también importantes) la viabilidad económica y los rendimientos que puede producir en el mercado.

Para una productora, por tanto, el guión es la base para calcular el coste del producto y su viabilidad, y, a partir de él, elaborar un estudio de mercado para saber si tendrá acogida por parte del público o no. Por otro lado, puede ocurrir que la productora ya haya realizado un estudio de mercado y sepa cuáles son las necesidades que tiene el público o el usuario de un producto. Entonces, sobre este estudio, encargará un guión que responda a esa necesidad detectada.

1.2.2. Desde el punto de vista literario

El guión es una pauta narrativa para ser transformada en otro tipo de producto; una película, por ejemplo. Esto no quiere decir que el guión sea un objeto inacabado o un relato a medias.

Un guión es un relato acabado; es un relato que contiene una historia estructurada de una determinada manera y con un principio y un fin y, además, contiene todos los elementos narrativos necesarios para ser un guión. Cuando alguien comenta que el guión es una obra inacabada se refiere a que su razón de ser es dejar de existir para dar paso al producto final. Pero como guión, en sí mismo, debe estar completo y acabado.

Cita

"El novelista escribe, mientras que el guionista trama, narra y describe."

Jean-Claude Carrière.

1.2.3. Para un director y un equipo técnico

El guión es una herramienta de trabajo que ofrece una historia narrada en palabras y que debe realizarse en imágenes. Es la pauta narrativa y técnica que se debe seguir para la realización de un producto audiovisual o multimedia.

1.3. El origen del guión

Cuando se inventó el cinematógrafo el cine empezó con una vocación documental; su finalidad era retratar la realidad tal y como la captaba la cámara. En esta fase el guión todavía no existía porque no era necesario. El cineasta se situaba ante la realidad que quería fotografiar y empezaba a filmar dejando que los sucesos ocurrieran por sí mismos.

Oficialmente, el nacimiento del cine se sitúa a finales de 1895, cuando los hermanos Lumière exhibieron sus películas a los espectadores del Salon Indien, en París. Una de sus primeras películas fue *La llegada de un tren a la estación de Ciotat*.

Los cineastas pronto descubrieron de la mano del mago Méliès la gran potencialidad dramática del nuevo invento y la posibilidad de narrar historias; de desarrollar, por lo tanto, un lenguaje propio de narración en imágenes.

George Méliès comenzó a representar escenas de ficción, trucajes o sobreimpresiones dejándose llevar por su imaginación y haciendo realidad sus sueños: la ciencia-ficción. Ejemplos de ello los encontramos en sus proyecciones *Viaje a la Luna* (1902) y *Viaje a través de lo imposible* (1904).

Para narrar en imágenes, en un primer momento el cine adoptó el lenguaje que tenía más próximo: el del arte dramático tradicional, es decir, el teatro.

El guión de cine tiene su origen en el libreto teatral: una obra que, si bien puede leerse por sí misma, está escrita pensando en una puesta en escena y una actuación de un actor frente al público.

Las primeras películas de ficción eran teatro filmado; el montaje no existía y la acción venía condicionada por lo que se ha llamado "la esclavitud del plano fijo". A medida que el cine se distanciaba del teatro, éste se fue aproximando a la novela y creó un lenguaje propio basado en ésta.

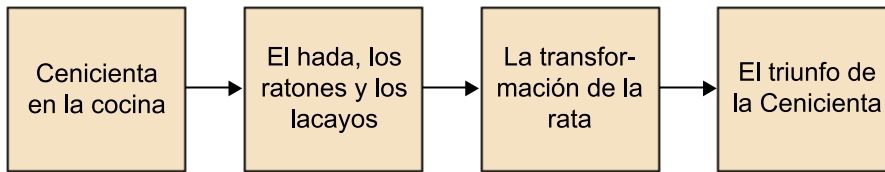
Influencias que ha recibido el cine

Teatro	Novela
Dramatización visual	Narración dramática
Puesta en escena	Descripción de ambientes
Actuación de los actores	Estudia situaciones y psicologías, retrata personajes
Representación ante un público, en espacio único	Estructuras sin imposiciones cronológicas: saltos temporales y espaciales

Los primeros cineastas empezaron a experimentar las posibilidades visuales del cine. Méliès desglosa la historia en tiempos, acciones y lugares. La incorporación de los saltos de lugar y tiempo que ofrecía la novela generan los *flashbacks*, *flash-forwards*, las elipsis, las acciones paralelas. Nace el concepto de montaje de la mano de Porter. De la misma manera, Griffith consiguió que el plano fijo diera lugar a los encuadres y a los movimientos de cámara. Del libreto teatral usado hasta entonces surgirá el guión cinematográfico.

1.3.1. Méliès, el pionero

Méliès es considerado como el pionero de guión cinematográfico. En 1899 realizó *La cenicienta* con un argumento estructurado y dividido en diversas escenas separadas por un título con una clara concepción teatral.



1.3.2. Edwin S. Porter y el primer guión cinematográfico

En 1903 Porter filma la *La vida de un bombero americano*. Ésta es la primera vez que se rueda una película con una acción fragmentada plano a plano y basada en un guión estructurado.

En *Asalto y robo a un tren* (1903) Porter inauguró el *western*. Usó por primera vez el montaje simultáneo, la acción paralela, imposible de concebir sin la existencia de un guión previo.

1.3.3. D. W. Griffith y el guión técnico

David Wark Griffith fija el lenguaje cinematográfico en el *Nacimiento de una nación* (1915). Explora las posibilidades de sintaxis visual que le ofrece la cámara y anota sobre el guión las primeras acotaciones técnicas sobre la planificación. Conceptos como PP (primer plano), PM (plano medio) y PG (plano general) son aportaciones de Griffith al guión cinematográfico. Griffith dividía la película en secuencias, cambiaba ángulos y emplazamientos de la cámara y utilizaba el *flash back*.

1.3.4. El expresionismo alemán

Posteriormente, en Alemania, después de la Primera Guerra Mundial, aparecieron directores que comenzaron a desarrollar la idea del cine como expresión de anhelos, fantasías y angustias del ser humano, expresándolos con la estética innovadora de los movimientos de la vanguardia artística. *El gabinete del Dr. Caligari* (1919), *Nosferatu* (1922) o *Metrópolis* (1927), de Fritz Lang, son algunos ejemplos.

1.3.5. El cine sonoro y la incorporación de diálogos

El cantante de Jazz (1927) de Alan Crosland es la primera película sonora de la historia del cine. Con la incorporación del sonido, el guión literario se acaba convirtiendo en lo que es en la actualidad, cuando se da no sólo la descripción

de las acciones, sino también la incorporación de los diálogos de los personajes y el sonido en la narración de una historia. Es en este momento cuando el guión se vuelve imprescindible.

1.4. Características de los medios

Multimedia es sinónimo de integración de diversos medios que comparten características. Si bien algunas son comunes, otras resultan específicas de cada medio y son difícilmente incorporables en el multimedia. Finalmente, existen otras características que, aunque son específicas de las tecnologías multimedia interactivas, influyen en cada medio y lo transforman. A continuación, se da un breve repaso a estas características.

1.4.1. La novela

El discurso narrado es un medio fuertemente imaginativo. A partir de la descripción de un personaje, paisaje o situación siempre es el lector quien, con su imaginación, dibuja en su mente los personajes y el entorno narrado.

Desde el punto de vista del autor el discurso narrativo permite:

- la libertad total del autor;
- la no imposición de limitaciones en el espacio y en el tiempo;
- el uso todo tipo de diálogos;
- la narración descriptiva (es su fórmula más habitual);
- que se avive la imaginación del lector;
- que el lector fragmente su conocimiento del contenido;
- que el lector sea un espectador individual.

1.4.2. El teatro

El teatro es un medio en el que el contacto directo entre actor y espectador es fundamental. El argumento y los personajes toman vida en un escenario concreto ante la vista del público. El texto escrito se concreta en los actores y se actualiza de una u otra forma en la interacción con los espectadores.

- Sujeta al autor a una estructura "fija".
- Limita su contenido al espacio tiempo.
- Utiliza los diálogos de una forma total.
- El contacto humano actor/espectador es su forma habitual.
- El espectador conoce el contenido de una sola vez, con pausas muy breves.

1.4.3. El cine

El cine supera las limitaciones de estructura fija y espacio/tiempo del teatro, pero pierde el contacto directo con el público. En cierta medida, el cine es considerado como un medio en profunda interrelación con otros medios. Así,

comparte lenguaje con la fotografía, pero añade la característica diferencial del movimiento. Respecto a los medios literarios como el teatro o la novela, recibe una gran influencia de las técnicas interpretativas o de la creación de argumentos. El sonido es también una característica imprescindible que relaciona las técnicas del guión cinematográfico con las técnicas radiofónicas.

- Su duración suele establecerse entre los 80 y los 180 minutos para un largometraje, entre los 15 o 20 para un cortometraje y alrededor de los 30 o 45 minutos para un medimetraje.
- Tiene libertad en el tiempo y en el espacio narrativo.
- La comunicación a través de la imagen es más importante que el sonido, aunque también se apoya en los diálogos.

1.4.4. La radio

La radio es un medio que destaca por su inmediatez en cuanto a la información y permite cierta interactividad con los oyentes gracias, sobre todo, al teléfono, al correo y a Internet. Es un medio masivo, pero también ofrece la posibilidad de dirigirse a audiencias más limitadas, como las emisiones locales.

- Es inmediata.
- Requiere de la imaginación del oyente. El receptor imagina las situaciones y asocia las voces a imágenes mentales.
- Puede ser oída sin prestar excesiva atención (por ejemplo, el hilo musical) y escuchada con mayor atención (por ejemplo, un debate o las noticias).
- Se puede escuchar en cualquier parte, ya que sólo se necesita un receptor y un altavoz o auriculares.

1.4.5. La televisión

Recoge aspectos del lenguaje cinematográfico, pero la importancia y el volumen de sus niveles de audiencia genera también una influencia en el lenguaje audiovisual en general. Con respecto al cine, incorpora programas específicos, como noticias, concursos, entretenimiento o programas culturales.

Continúa siendo el medio masivo por excelencia, pero poco a poco, como ya ha sucedido en la prensa escrita, Internet va disputándose con la televisión el hecho de ser el medio con más audiencia.

Actualmente, la televisión está sufriendo grandes cambios. Con la llegada de la televisión analógica de carácter generalista, la televisión está pasando de ser un medio totalmente pasivo por parte del espectador a incorporar cada vez más interactividad y más implicación por parte del mismo.

En un primer momento las plataformas digitales ofrecieron cambios a favor de una mayor personificación del medio a través de la selección de contenidos.

La televisión analógica empezó integrando cierto grado de interactividad parecida a la de la radio: mediante Internet, los mensajes de texto del móvil o la llamada telefónica, el usuario puede comunicarse con el emisor para votar en un concurso o decidir la trama de una serie, por ejemplo. Pero esta interactividad es de un grado muy limitado porque es unidireccional.

La TDT (televisión digital terrestre) y el consumo cada vez mayor de televisión por medio de Internet hacen que en los próximos años se vivan cambios no sólo a nivel tecnológico, sino también en cuanto a los contenidos que se van a ofrecer a los ya no espectadores sino usuarios de televisión.

Éste es uno de los mayores retos de la televisión interactiva actualmente: por un lado, conseguir una verdadera comunicación bilateral entre el emisor y el receptor; y por otro lado, crear contenidos específicos para televisión interactiva y también permitir que el espectador de televisión se aleje de su actual pasividad frente al medio. Y todo parece indicar que el futuro de la televisión reside en su unión con Internet.

1.4.6. El multimedia

El multimedia, entendido como la capacidad de combinar diferentes medios, como el texto, los gráficos, el sonido, las imágenes fijas y en movimiento en un ordenador personal, comporta la integración de los lenguajes característicos de otros medios, sobre todo el audiovisual. Pero el multimedia busca un lenguaje específico que gira en torno a la interactividad y comunicación entre el usuario y la aplicación; lo que supone también una interacción entre el autor y el público. Concede al usuario parte del protagonismo, ya que incluso puede asumir algunas de las facetas antes reservadas al autor.

En el caso de los juegos, el usuario puede adoptar el rol del protagonista y moverse a sus anchas en una aventura gráfica. En esta circunstancia, tanto la creación del argumento como el desarrollo de la trama y el final están en manos del usuario.

- El multimedia supera limitaciones del resto de los media, pero también presenta inconvenientes propios.
- Integra varios medios en uno y adopta sus características.

- Permite la interactividad.
- Gracias a la telemática, permite utilizar el multimedia de forma remota y en grupo; por ejemplo, en Internet.
- Su proceso de creación de guión y producción puede implicar una mayor complejidad que en otros medios.

1.5. La narración audiovisual frente a la narración interactiva

A la hora de concebir su guión, la diferencia fundamental entre medios como la televisión, el cine, la radio, la novela y el teatro frente al multimedia reside en sus diferentes maneras de narrar.

Los medios audiovisuales son medios secuenciales. La narración audiovisual es una narración obligatoriamente lineal. Los acontecimientos sólo suceden uno tras otro tal y como los ha concebido su autor. En cambio, en los medios interactivos la narración se convierte forzosamente en multiseccional.

Una narración audiovisual está constituida por una serie de imágenes que se suceden una detrás de otra, tienen una dependencia entre ellas. Se encuentran unidas en una secuencia y están subordinadas al orden en que se desarrollan, al tiempo y al movimiento.

Según Aumont, la imagen, tal como se muestra al espectador de cine:

- no es única, ya que sobre una película, un fotograma está siempre colocado en medio de otros fotogramas;
- no es independiente del tiempo: la imagen de la película se produce por un encadenado muy rápido de fotogramas sucesivamente proyectados, y, por tanto, se define por una cierta duración;
- está en movimiento.

En un producto audiovisual, el espectador es un espectador pasivo que recibe una narración necesariamente secuencial. Es decir, el espectador ve los acontecimientos, las informaciones, los hechos de esta narración en el tiempo y en el orden que propone el autor. En un principio, el medio audiovisual tradicional está concebido para que la narración sea consumida por parte del espectador en el acto. Excepto el caso del vídeo, no existe la posibilidad de relectura (como ocurre en una novela).

La representación digital rompe con este esquema al liberar el espacio y el tiempo a través de la interactividad. En un producto multimedia interactivo es el espectador, el usuario, quien define el tiempo y el orden en que va recibir

la información, y crea él mismo su propia secuencia de acontecimientos. Pero esta secuencia que erige el usuario ha sido prevista antes por un autor. Así, el autor de un producto multimedia narra de forma multisequencial, es decir, ofrece multitud de caminos para que cada usuario recorra la información a su manera.

Éstas son las principales diferencias que conciernen a la creación de productos para un medio audiovisual o para un multimedia interactivo:

Audiovisual	Interactivo
Sólo permite la narración secuencial.	Permite la narración multisequencial.
Su lectura está sujeta a un tiempo definido.	El tiempo de lectura deja de ser limitado.
El espectador recibe de forma pasiva.	El usuario interactúa y decide cómo va a recibir la información y en qué orden.
El autor tiene el control sobre la manera en que esa información va a llegar al público.	El autor cede parte de su capacidad de control para que la asuma el usuario.

